

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN
LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY
PADA MASA COVID-19**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

ANGGUN LILIASIH

B 100170215

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PERSETUJUAN

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN
LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY PADA MASA COVID-19**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

ANGGUN LILIASIH
B100170215

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Sri Padmantvo, MBA.)

HALAMAN PENGESAHAN

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY PADA MASA COVID-19

Oleh:

ANGGUN LILIASIH
B100170215

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 7 Juni 2021
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Dewan Penguji:

1. Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si. (.....)
(Ketua Dewan Penguji)
2. Imron Rosyadi, S.E., M.Si. (.....)
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Drs. Sri Padmantyo, MBA. (.....)
(Anggota II Dewan penguji)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

19570217 1986 031 001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas,
maka saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 7 Juni 2021

Penulis



ANGGUN LILIASIH

B 100170215

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN LAYANAN ONLINE FOOD DELIVERY PADA MASA COVID-19

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan layanan online food delivery pada masa covid-19. Layanan pesan-antar makanan online melalui aplikasi atau Online Food Delivery (OFD) semakin banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Terlebih sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), social distancing dan work from home (WFH) saat pandemi COVID – 19, penggunaan aplikasi pesan-antar makanan online go-food mengalami peningkatan sebesar 30%. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived trustworthiness, service quality, dan perceived ease of use berpengaruh positif signifikan terhadap intensi penggunaan layanan Online Food Delivery (OFD).

Kata Kunci: Perceived Trustworthiness, Service Quality, Perceived Ease of Use, dan Intensi Penggunaan Layanan OFD

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the intention to use online food delivery services during the Covid-19 period. Food delivery services online through an application or Online Food Delivery (OFD) is increasingly being used by people in Indonesia. Especially since the implementation of large-scale social restrictions (PSBB), social distancing and work from home (WFH) during the COVID-19 pandemic, the use of go-food online food delivery applications has increased by 30%. The technique used in sampling in this study was purposive sampling technique with a sample size of 200 respondents. The research method used is multiple linear regression analysis. The results showed that perceived trustworthiness, service quality, and perceived ease of use had a significant positive effect on the intention to use Online Food Delivery (OFD) services.

Keywords: Perceived Trustworthiness, Service Quality, Perceived Ease of Use, and Intention to Use Online Food Delivery (OFD)

1. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya waktu, risiko penularan penyakit semakin meningkat. Wabah penyakit yang disebabkan oleh infeksi virus dan bakteri membuat panik sebagian besar orang. Contoh kasus yang fatal adalah penyakit COVID-19 yang disebabkan oleh virus SARS-CoV-2 atau biasa dikenal dengan virus Corona. Menurut data

global dari Organisasi Kesehatan Dunia (2021), pada 20 Maret 2021, sebanyak 121.882.440 orang telah didiagnosis dengan penyakit tersebut, dan jumlah kematian sebesar 2.692.806.

Dalam kondisi saat ini, virus corona bukanlah suatu wabah yang bisa diabaikan begitu saja. Dari segi gejalanya, orang awam akan mengira bahwa ini terbatas pada flu biasa, namun menurut analisa medis, virus ini cukup berbahaya dan mematikan. Saat ini di tahun 2021 perkembangan penyebaran virus ini menjadi sangat penting karena sudah menyebar ke seluruh belahan dunia, dan semua negara termasuk Indonesia merasakan dampaknya. Penularan ini biasanya terjadi melalui droplet dan kontak dengan virus kemudian virus akan masuk kedalam tubuh. Suatu analisa mencoba mengukur kecepatan penularan berdasarkan masa inkubasi, gejala, dan durasi gejala dengan pasien yang diisolasi. Hasil analisa menunjukkan hasil penularan dari 1 pasien ke 3 orang disekitar, namun kemungkinan penularan selama masa inkubasi menyebabkan waktu kontak antar pasien menjadi lebih lama, sehingga terdapat resiko penularan yang lebih besar untuk 1 pasien.

Kegiatan antisipasi dan penurunan jumlah kasus virus Corona di Indonesia telah dilakukan di seluruh wilayah. Diantaranya, dengan memberikan kebijakan untuk membatasi kegiatan di luar rumah, kegiatan pembelajaran jarak jauh, kerja dari rumah, bahkan kegiatan ibadah juga diimbau untuk dilakukan di rumah saja. Kebijakan pembatasan sosial ini terus dilakukan oleh pemerintah guna menekan pertumbuhan kasus COVID-19 di Indonesia.

Layanan pesan-antar makanan online melalui aplikasi atau Online Food Delivery (OFD) semakin banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia. Ada dua jenis penyedia layanan pesan-antar makanan online di Indonesia. Pertama, layanan OFD yang disediakan oleh restoran itu sendiri. Kategori ini terutama mencakup restoran cepat saji, seperti McDonald's, Pizza Hut, KFC, dan lainnya. Kedua, layanan OFD yang diberikan dalam bentuk aplikasi multi-restoran dapat memberikan layanan pengiriman dari berbagai restoran kepada konsumen seperti GoFood dan Grabfood. Tipe kedua adalah pihak ketiga, yang bertindak sebagai

perantara antara konsumen dan restoran, dan umum terjadi di daerah perkotaan (Daud, 2019).

Menurut Catherine (2020) sejak diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB), social distancing dan work from home (WFH) saat pandemi COVID – 19, penggunaan aplikasi pesan-antar makanan online go-food mengalami peningkatan sebesar 30%. Pada Tahun 2019 jumlah pengguna go-food sebesar 20 juta (orang) dan tahun 2020 (bulan Mei) jumlah pengguna go-food sebesar 26 juta (orang). Berdasarkan peningkatan tersebut, terlihat bahwa adanya kecenderungan konsumen melakukan pemesanan makanan secara online saat pandemi COVID-19.

Virus yang mudah sekali menyebar membuat masyarakat memilih untuk berlindung di rumah mereka masing-masing. Sudah menjadi sesuatu yang wajar apabila seseorang menginginkan sesuatu yang dia tidak sedang memilikinya. Salah satu contohnya adalah keinginan seseorang terhadap kebutuhan dasar manusia yaitu makanan. Sering kali masyarakat menginginkan makanan atau minuman yang ada diluar sana. Terlebih dengan kondisi COVID-19 seperti ini, makanan atau minuman dapat membantu mereka untuk mengusir rasa bosan ketika sedang berada di rumah. Karena adanya pembatasan sosial yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat memilih untuk menggunakan layanan Online Food Delivery (OFD) untuk memenuhi keinginan mereka.

Tingginya peningkatan penggunaan layanan Online Food Delivery (OFD) dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Kepercayaan konsumen kepada penyedia layanan Online Food Delivery (OFD) merupakan hal yang sangat penting. Di tengah kondisi COVID-19, tingkat kepercayaan seseorang semakin sulit didapatkan. Pengguna layanan OFD harus mempercayakan makanan atau minuman mereka kepada orang yang tidak dikenal dan tidak diketahui apakah penyedia layanan OFD tersebut akan membawa virus atau tidak.

Selain kepercayaan, kualitas layanan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa yang

ditawarkan. Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Penyedia layanan Online Food Delivery (OFD) sebisa mungkin untuk memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas yang akan diberikan penyedia layanan kepada konsumen.

Kemudahan penggunaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Online Food Delivery (OFD). *Perceived ease of use* merupakan seberapa mudah dan praktis sebuah sistem yang dapat dirasakan dan digunakan oleh pengguna ketika sedang menggunakannya untuk aktivitas tertentu. Menurut Ren et al. (2020), sistem yang sering digunakan ditandai dengan mudahnya sistem itu dikenal, pengoperasiannya lebih mudah dilakukan, dan dalam penggunaannya juga mudah. Dengan adanya kemudahan dalam penggunaan tersebut, individu akan merasa yakin pada sistem yang digunakan karena tidak dibutuhkan usaha yang begitu besar ketika pengoperasiannya.

Atas dasar uraian diatas, akan dilakukan penelitian tentang Pengaruh *Perceived Trustworthiness*, *Service Quality*, Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Intensi Penggunaan Layanan Online Food Delivery (OFD). Hasil analisis ini diharapkan nantinya dapat memberikan masukan yang berarti dalam penyempurnaan strategi yang kini dijalankan oleh penyedia jasa layanan Online Food Delivery (OFD) sehingga dapat memberikan dan meningkatkan kontribusi pada penggunaan di masa yang akan datang.

2. METODE

Analisis pada penelitian ini adalah meneliti pengaruh *Perceived Trustworthiness*, *Service Quality*, dan *Perceived Ease Of Use* sebagai variabel independen terhadap intensi penggunaan layanan *Online Food Delivery* (OFD) yang dipengaruhi sebagai variabel dependen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Surakarta yang pernah menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD) selama masa pandemi dengan sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 200 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data pokok atau data utama yang diambil dari sebuah instrument yang dilakukan pada saat tertentu dan hasilnya pun tidak dapat di generalisasikan hanya dapat menggambarkan keadaan pada saat itu seperti kuesioner.

Metode yang dipakai peneliti kali ini untuk mendapatkan data adalah dengan menggunakan kuesioner yang nantinya data tersebut diperoleh langsung dari responden.

Penelitian ini menggunakan instrument penelitian dengan skala likert dengan skala dari 1 sampai dengan 5. Angka 1 berarti sangat tidak setuju dan angka 5 berarti sangat setuju, kecuali beberapa item pertanyaan yang ditandai yang menggunakan penilaian skala yang berkebalikan. Hal ini dimaksudkan untuk menghemat waktu dalam pengumpulan data sehingga waktu yang digunakan dalam penelitian lebih optimal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Understandarized Coedicients B	T	Sig	F	Sig
(constant)	-2,655	-1,901	0,059	96,131	0,000
X ₁	0,301	4,560	0,000		
X ₂	0,363	4,478	0,000		
X ₃	0,210	2,970	0,003		
R		R ²		Adjusted R Square	
0,772		0,595		0,589	

Sumber: Data Primer diolah

Perasamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = (-2,655) + 0,301X_1 + 0,363X_2 + 0,210X_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 2,655 dengan nilai negatif, hal ini berarti apabila *Perceived Trustworthiness*, *Service Quality*, dan *Perceived Ease of Use* diasumsikan konstan atau sama dengan nol maka intensi memiliki nilai sebesar -2,655.
- 2) Koefisien regresi variabel *Perceived Trustworthiness* (b_1) bernilai positif sebesar 0,301. Jadi setiap terjadi peningkatan *Perceived Trustworthiness* maka terjadi peningkatan intensi sebesar 0,301.
- 3) Koefisien regresi variabel *Service Quality* (b_2) bernilai positif yaitu sebesar 0,363. Jadi setiap terjadi peningkatan *Service Quality* maka terjadi peningkatan intensi sebesar 0,363.
- 4) Koefisien regresi variabel *Perceived Ease of Use* (b_3) bernilai positif yaitu sebesar 0,210. Jadi setiap terjadi peningkatan *Perceived Ease of Use* maka terjadi peningkatan intensi sebesar 0,210.
- 5) e merupakan *error item*, yang menjelaskan bahwa terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery*.

a. Uji Koefisien Determinasi (Adj. R^2)

Koefisien determinasi (Adj. R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi Y yang dapat dijelaskan oleh variasi X didalam model, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Intensi yang dipengaruhi variabel *perceived trustworthiness*, *service quality*, dan *perceived ease of use* di dalam model.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adj. R^2)

R	R^2
0,772	0,589

Sumber: Data Primer diolah

Berdasarkan hasil analisis data diatas maka dapat diperoleh hasil uji determinasi menunjukkan nilai R square (R^2) sebesar 0,589 yang memiliki berarti *Perceived Trustworthiness* (X_1), *Service Quality* (X_2), dan

Perceived Ease of Use (X_3) dapat menjelaskan variabel Intensi menggunakan layanan OFD (Y) sebesar 58,9%. Sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

b. Uji F

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	F_{hitung}	Sig.	F_{tabel}	Keterangan
<i>Perceived Trustworthiness, Service Quality, dan Perceived Ease of Use</i>	96,131	0,000	3,01	H_0 ditolak

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($96,131 > 3,01$), maka H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan lingkungan, kepedulian lingkungan dan sikap secara bersama-sama terhadap intensi dan dibuktikan dengan nilai Sig. (0,000) lebih kecil dari α 0,05, maka *Perceived Trustworthiness, Service Quality, dan Perceived Ease of Use* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap intensi.

c. Uji t

Tabel 4. Hasil Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Keterangan
<i>Perceived Trustworthiness</i>	4,560	1,971	H_0 ditolak
<i>Service Quality</i>	4,478	1,971	H_0 ditolak
<i>Perceived Ease of Use</i>	2,970	1,971	H_0 ditolak

Sumber: Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa:

a. Variabel *Perceived Trustworthiness* (X_1)

Terlihat pada tabel diatas nilai t hitung variabel *Perceived Trustworthiness* (X_1) sebesar $4,560 > 1,971$ (t tabel) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara *Perceived*

Trustworthiness (X_1) terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD).

b. Variabel *Service Quality* (X_2)

Terlihat pada tabel diatas nilai t hitung variabel *Service Quality* (X_1) sebesar $4,478 > 1,971$ (t tabel) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara *Service Quality* (X_1) terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD).

c. Variabel *Perceived Ease of Use* (X_3)

Terlihat pada tabel diatas nilai t hitung variabel *Perceived Ease of Use* (X_1) sebesar $2,970 > 1,971$ (t tabel) yang berarti bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara *Perceived Ease of Use* (X_1) terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD).

PEMBAHASAN

Berikut hasil penelitian ini berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan:

1. Pengaruh *Perceived Trustworthiness* (X_1) terhadap Intensi Penggunaan Layanan OFD

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Trustworthiness* (X_1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} ($4,560$) $> t_{tabel}$ ($1,971$), sehingga H_a diterima. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Kartono dan Tjahjadi (2011) mengenai “*Investigating Factors Affecting Consumers’ Intentions to Use Online Food Delivery Services During Coronavirus (COVID-19) Outbreak in Jabodetabek Area*”. Kartono dan Tjahjadi mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived trustworthiness* dengan intensi penggunaan layanan OFD.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas *Perceived Trustworthiness* terhadap intensi penggunaan layanan OFD. Hal

tersebut dikarenakan bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Pengguna layanan OFD pada masa COVID-19 harus mempercayakan makanan atau minuman mereka kepada orang yang tidak dikenal dan tidak diketahui apakah penyedia layanan OFD tersebut akan membawa virus atau tidak.

2. Pengaruh *Service Quality* (X_2) terhadap Intensi Penggunaan Layanan OFD

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Service Quality* (X_2) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (4,478) > t_{tabel} (1,971), sehingga H_a diterima. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Belanche et al. (2021) mengenai “*The Role Of Customers In The Gig Economy: How Perceptions Of Working Conditions And Service Quality Influence The Use And Recommendation Of Food Delivery Services*”. Belanche dkk mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* dengan intensi penggunaan layanan OFD.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas *service quality* terhadap intensi penggunaan layanan OFD. Hal tersebut dikarenakan bahwa kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang patut diperhatikan oleh perusahaan penyedia jasa agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Penyedia layanan *Online Food Delivery* (OFD) sebisa mungkin untuk memenuhi harapan konsumen terhadap kualitas yang akan diberikan penyedia layanan kepada konsumen sehingga timbul intensi penggunaan layanan OFD oleh konsumen.

3. Pengaruh *Perceived Ease of Use* (X_3) terhadap Intensi Penggunaan Layanan OFD

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Ease of Use* (X_3) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensi menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD). Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} (2,970) >

t_{tabel} (1,971), sehingga H_a diterima. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Nyssa dan Rahmidani (2019) melalui “Pengaruh *Perceived Trustworthiness*, *Perceived Risk* Dan *Perceived Ease Of Use* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Jd.Id Di Kota Padang”. Nyssa dan Rahmidani mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived ease of use* dengan minat atau intensi pada toko online.

Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan atas *perceived ease of use* terhadap intensi penggunaan layanan OFD. Hal tersebut dikarenakan bahwa kemudahan penggunaan akan membuat konsumen merasa yakin pada sistem yang digunakan karena tidak dibutuhkan usaha yang begitu besar ketika pengoperasiannya. Dengan kemudahan tersebut, muncullah intensi konsumen untuk menggunakan layanan *Online Food Delivery* (OFD).

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel *perceived trustworthiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD.
2. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD.
3. Berdasarkan hasil pengujian statistik variabel *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan layanan OFD.

Beberapa hal yang menjadi keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden.
2. Penelitian ini terbatas pada jumlah sampel yang diteliti yaitu 200 responden.
3. Penelitian ini hanya mengambil responden yang berdomisili di Surakarta.

Saran penulis kepada berbagai pihak yang akan menggunakan penelitian ini antara lain:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a. Diharapkan untuk memperluas obyek penelitian dengan melibatkan lebih banyak sampel, sehingga hasil penelitian dapat digunakan untuk penggalan lebih dalam pada aspek intensi penggunaan layanan OFD.
- b. Diharapkan untuk menambahkan variabel independen yang lain yang berkaitan atau mempengaruhi variabel dependen. Sehingga penelitian mampu memberikan cakupan yang lengkap mengenai variabel yang ada.

2. Bagi Perusahaan

- a. Sebaiknya perusahaan penyedia layanan OFD selalu memperhatikan kebutuhan konsumen sehingga akan meningkatkan intensi konsumen untuk menggunakan layanan OFD.
- b. Perusahaan selalu mengevaluasi kinerja layanan dan terbuka kepada kritik dan saran konsumen untuk menjaga kualitas dan kepercayaan dari konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Bart et al. (2005). Are the Drivers and Role of Online Trust the Same for All Web Sites and Consumers? A Large-Scale Exploratory Empirical Study. *Journal of Marketing*. 133 – 152.
- Belanche et al. (2021). The role of customers in the gig economy: how perceptions of working conditions and service quality influence the use and recommendation of food delivery services. *Service Business*, Vol 15, 45-75.
- Berita Kompas.2020.Layanan Gofood. Diakses Pada 02 Maret 2021.
- ChotigoJ., & KadonoY. (2021). Are There Any Key Factors that Encourage Food Delivery Applications Use During The COVID-19 Pandemic in Thailand and The Role of HRM?. *Human System Management*.

- Daud, D. (2019). The Relationship Between Consumers' Price-Saving Orientation and Time-Saving Orientation Towards Food Delivery Intermediaries (FDI) Services: An Exploratory Study. *Journal of Global Scientific Journals*, 7(2).175 – 187.
- Davis,F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Davis, M. (1986). A Technology of Acceptance Model for Empirically testing new-end user information system: Theory and Result. Massachusetts, USA: Sloan School of Management, Massachusetts Institute of Technology.
- Fishbein, M., and Ajzen, I. 1975. Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research, Reading, MA: Addison.Wesley.
- Handayani, M. D. (2019). *Niat Pelaku Pembelian Makanan Melalui Layanan Online Food Delivery (OFD) Dengan Pendekatan Theory of Planned Bhaviour*. Malang: Fakultas Pertanian, Universitas Brwijaya.
- Hidayat, T. (2020). *Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Secara Online Saat Pandemi COVID-19 (Kasus Fitur Go-Food)*. Medan: Fakultas Teknik, Universitas Sumatera Utara.
- Hooi *et al.* (2021). Intention to Use Online Food Delivery Service in Malaysia among University Students. *COMBINES*, vol. 1 No. 1, 60-73.
- Kartono, R., & Thahjadi, j. (2021). Investigating Factors Affecting Consumers' Intentions to Use Online Food Delivery Services During Coronavirus COVID-19 Outbreak in Jabodetabek Area. *The Winners*, Vol 22 No 1, 1-14.
- Masoud, Emad. Y. (2013). The effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European Journal of Business and Management*, 5(6), 76-87.
- Mayer *et al.* (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management review*, 20(03), 709-734.

- Mensah, I.K. (2019). Factors Influencing International Students Behavioral Intention to Order Online Food Delivery Services. *International Journal of Strategic Information Technology and Applications*, 10(1), 23-39.
- Nazar & Syahrani, (2008). Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online. Program Pasca Sarjana Universitas Gajahmada Yogyakarta.
- Novitasari, S., & Baridwan, Z. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Resiko, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Penggunaan Sistem E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol 3 No 1*.
- Nyssa, N., & Rahmidani, R. (2019). Pengaruh Perceived Trustworthiness, Perceived Risk Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online Jd.Id Di Kota Padang. *EcoGen, Vol 2 No 3*, 249-258.
- Priyatno, Duwi. 2014. Pahami Analisis Statistik Data Dengan SPSS. Yogyakarta : MediaKom.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Ren et al. (2020). Online Food Delivery (OFD) Services in Cambodia: A Study of The Factors Influencing Consumers' Behavioral Intention to Use. Research Gate.
- WHO (2021). Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports.
- Yazid, F. (2015). *Pengaruh Trust dan Perceived Risk Terhadap Intensi Belanja Online Pada Tokopedia.com*. Jakarta: Fakultas Psikologi, UIN Syarif Hidayatullah.